

Grado en Periodismo

## TRABAJO FINAL DE GRADO

# RAP 'A' LOT

URL: [rapalot.net](http://rapalot.net) // <https://rapalot503334057.wordpress.com/>



[@rap\\_lot](https://twitter.com/rap_lot)



[@rap.a.lot](https://www.instagram.com/rap.a.lot)



[@RAP 'A' LOT](https://www.youtube.com/@RAP_A_LOT)

**Autor/a del trabajo:** Joan Camacho Carrero

**Tutor/a del trabajo:** Sara García Santamaría

**Modalidad de trabajo:** Línea C2. Medio digital especializado

**Curso / Curs:** 2020 - 2021

# Índice

Portada.....	1
Índice.....	2
1. Introducción.....	3
1.1. Presentación del tema y justificación de su interés e importancia.....	3
1.2. Justificación del nombre de la publicación.....	4
1.3. Objetivos a conseguir y público objetivo.....	4
2. Diseño de la publicación.....	5
2.1. Análisis de la competencia.....	5
2.2. Características básicas de diseño e identidad corporativa.....	7
2.3. Estructura del medio. Explicación y justificación de las secciones.....	7
2.4. Plataforma que se utilizara y justificación.....	8
2.5. Elección de redes sociales y justificación.....	9
2.6. Previsión de gastos e ingresos.....	9
3. Contenidos de la publicación.....	10
4. Valoración final.....	14
Bibliografía.....	18
Abstract.....	19
Anexos.....	24

## 1. Introducción

El **tema** de RAP 'A' LOT es el rap en castellano, el objetivo es ser un medio especializado en la faceta musical de la cultura hiphop. La música rap es el elemento principal; pero no solo se trata este género, también otros antecedentes o provenientes de él. Debido a que ahora estamos viviendo una explosión en la creación musical y las fronteras entre géneros musicales cada vez son más difusas.

RAP 'A' LOT tiene la intención de informar sobre un género musical minoritario en España, pero con un crecimiento de oyentes exponencial en los últimos años. El objetivo es transmitir la pasión por la música rap desde el conocimiento y el tratamiento serio y justo de todo lo que ocurre en esta escena. Se quiere demostrar que el rap es mucho más que las batallas de gallos; un fenómeno que ha crecido muchísimo últimamente, pero que no representa al género en su esencia.

El rap es arte y el hiphop una cultura que ha conseguido expandirse mundialmente por su riqueza. El objetivo es compartir el verdadero origen y motivo de este movimiento cultural, para que no quede sepultado por la explotación industrial que está sufriendo el género tras convertirse en moda. En España todavía se percibe como un movimiento y arte menor. Y aunque esté creciendo, lo está haciendo de una manera superficial que explota sus estereotipos y sin conocimiento de causa.

El hiphop y el rap han sido históricamente marginados en los medios al considerarse una cultura y un estilo musical inferior y minoritaria. Cuando aparecía era, y continúa pasando aunque en menor medida, para realizar una parodia o una *performance* que ridiculiza al género. Ahora, ha aumentado su presencia, pero la mayoría todavía realizan una cobertura desde el desconocimiento y con los prejuicios históricos, como que el rap es de y para delincuentes o que en sus letras solo hay insultos.

Por otra parte, la mayoría de medios tienen el foco puesto en lo conocido como *mainstream*, en aquello más conocido por el público en general. Mientras que RAP 'A' LOT quiere poner el foco en esos artistas *undergrounds* con poco reconocimiento mediático y no por la calidad de su música. Quiere destacar a los artistas que realmente cultivan este género.

Aunque, si los artistas con mayor reconocimiento hacen trabajos destacables también se cubrirá. Lo importante para *RAP 'A' LOT* es la música, no los números de visualizaciones en Youtube o de seguidores en redes sociales, tampoco la fama del artista. Por lo tanto, nos dirigimos a un público para el que lo más importante sea la música, un público minoritario pero apasionado por el género rap.

Se prioriza a los artistas de la Comunitat Valenciana para dar cobertura a un territorio con mucha riqueza en esta cultura, pero sin mucha fuerza a nivel nacional por desconocimiento. En la Comunitat faltan medios que se fijen en este género musical para que, aparte del talento, se pueda formar un relato y crear una industria con actores del género que lo hagan crecer sin modificarlo. No se descarta a otros artistas del resto del territorio nacional, si cumplen con la línea editorial del medio.

El **nombre**, *RAP 'A' LOT*, es una referencia a un antiguo sello de los Estados Unidos que consiguió cierta relevancia en el rap más *underground*; es decir, en el rap más puro y alejado de las grandes discográficas con objetivos puramente económicos. Además, el significado de la frase y que la palabra rap aparezca, deja clara la temática del medio a primera vista. Así el público potencial sabrá el tema del cibermedio en su primer contacto con él.

El **objetivo** es aprovechar el nicho de mercado en medios especializados en hiphop y poder convertir *RAP 'A' LOT* en un referente de calidad, ya que hay ausencia de estos castellano y es un movimiento al alza. Es cierto que en los últimos años han surgido algunos con estas características, pero en la Comunitat Valenciana hay una notable falta para la cantidad y calidad de hiphop que produce. Con artistas de talla nacional como Charly Efe, Erick Hervé, Yeke Boy, N Bajozero, Nadal 015 o Los Chikos del Maíz y muchos más que están empezando pero tienen un gran talento.

El **público objetivo** son personas interesadas en hiphop y rap, más concretamente un público joven, de entre 16 y 30 años; ya que suelen ser los que escuchan este género musical. También, personas de mayor edad interesadas en rap aunque, ya que cada vez más siguen este tipo de música. Cualquier persona que le guste el rap será público objetivo, aunque nos centramos especialmente en un público para el que esta sea su música preferida y quiera sumergirse realmente en la cultura hiphop y en la música rap especializada.

## 2. Diseño de la publicación

En este apartado se explica el porqué de los colores corporativos, del logo escogido, del *banner* utilizado para las redes sociales y de los nombres de las secciones. Todo fue pensado minuciosamente para generar la imagen del medio deseada que pudiera atraer al público. También, para diferenciarnos de la competencia del resto de medios especializados en la música rap. Aquí también argumentamos el porqué de las redes sociales elegidas para dinamizar los contenidos y el peso del público en esta elección.

Respecto a la **competencia**, *El V Elemento* es un medio digital que también trata la misma temática, el rap en castellano del territorio nacional. En los dos últimos años han crecido bastante y disponen de veintiún mil seguidores en Instagram. También, realizan un programa semanal en formato podcast, aunque realizan una parte audiovisual para Youtube y otras redes sociales, como Instagram y Twitter. Ahora están explorando las emisiones en directo por Twitch, aunque todavía no han conseguido mucha audiencia en esta plataforma.

Este medio cubre al día la actualidad, ya que son varias personas las que están trabajando en este proyecto. Por esto, competir con ellos a la hora de adelantarme a contar las noticias ha sido prácticamente imposible, ya que a los pocos minutos suelen tener las informaciones del día en su portal web.

También, han realizado varias entrevistas y, entre ellas, a algunos de los artistas más punteros del rap nacional. Aprovechan el hecho de estar en Madrid y tener a la gran mayoría de artistas del género mucho más a mano. Además, ya han conseguido cierto prestigio en el panorama nacional como medio de referencia.

*Fleek Mag* es otro de los medios que cubre el hiphop, pero estos no se encasillan tanto en rap ni buscan el talento *underground*. Tampoco quieren especializarse en rap, sino que su temática es la música urbana y la cultura urbana en general. También cubren campos como la moda e, incluso, algo de prensa rosa de los artistas más famosos.

Son un medio más informal que *El V Elemento* respecto a información musical, ya que coquetean con el infoentretenimiento y son algo más sensacionalistas; buscan informaciones morbosas que se alejan del ámbito musical. También, ponen un ojo en el rap internacional con curiosidades de los artistas estadounidenses, ingleses o franceses más famosos. A nivel visual y de diseño son de los mejores medios de los que cubren la cultura hiphop.

Por este camino encontramos también a *The Medizine*, otro medio digital que se dedica a cubrir música urbana, moda y, como lo llaman ellos, *lifestyle*. Son sensacionalistas, incluso más que *Fleek Mag*; ya que, *lifestyle* significa prensa rosa y noticias morbosas. Realizan estas informaciones sobre *celebrities* y artistas muy famosos para tener bastante tráfico en sus redes sociales. Algo que RAP 'A' LOT rechaza absolutamente como línea informativa, ya que lo importante es la música.

A nivel musical tampoco ofrecen informaciones muy profundas, sin embargo, tienen una buena comunidad en redes sociales, sobre todo Instagram. Cubren ámbito internacional en el campo musical, haciendo informaciones sobre artistas estadounidenses sobre todo; ya que tienen un gran tirón mediático y aseguran visitas en las redes.

*Street Rap Sounds* es, también, un cibermedio que apuesta de verdad por el rap de calidad y por poner el foco en el *underground*. También cubren rap extranjero, sobre todo latinoamericano. Su ámbito es el rap en castellano. No están tan activos en la actualidad diaria como *Fleek Mag* o *El V Elemento*, pero cada vez que publican lo hacen con bastante profundidad y calidad. Además, descubren nuevos artistas del género y aportan un contenido especializado y profundo.

En el último año han ganado peso en el panorama y están comenzando a tener cierto respeto y reconocimiento de la escena. Esto es debido a la cobertura tan interesante que están haciendo de la música rap en castellano. También, han realizado algunas entrevistas, pero se nota que no tienen tanta gente detrás ni tantos recursos como *El V Elemento* o *Fleek Mag*.

Los **colores corporativos** son importantes para la imagen del medio y los de RAP 'A' LOT son el color crema y rojo, debido al logo. Son dos colores que combinan bien y llaman la atención para estar en un logotipo. El rojo es un color con fuerza que llama la atención enseguida, además, combinado con las letras en crema y la estrella del logo se quiere hacer una pequeña referencia a los Estados Unidos por ser el origen de la música rap.

Estos colores dieron algún problema, pero el fondo crema y las letras rojas, aunque sea un color un tanto agresivo, hace que la web se diferencie de cualquier otra. El lector sabe que está en la web de *RAP 'A' LOT* al instante. Las letras rojas es algo arriesgado por lo comentado anteriormente, pero mantener los colores corporativos era importante para tener una identidad propia y original en la web del medio.

Existe otro diseño, también, con unas letras por debajo del logo para la cabecera de Youtube. Con una tipografía parecida a la que utilizó la histórica discográfica Rap-A-Lot Records, pero con la orientación del nombre invertida. La de Rap-A-Lot Records es hacia arriba y con las letras cayendo hacia abajo y aquí está al revés, las letras abajo y subiendo hacia arriba envolviendo al logo. Esto es otro guiño hacia ellos, ya que son muy reconocidos en el hiphop norteamericano e internacional.

El *banner* para el fondo de Youtube y Twitter, también utilizado en la web, está hecho en exclusiva para RAP 'A' LOT. Fue realizado por un dibujante bastante ligado al arte gráfico de la cultura hiphop, el graffiti. La manera de hacer los personajes y el dibujo es una estética muy rap. Además, tiene ciertas referencias a raperos nacionales e internacionales importantes, también a marcas de ropa clásicas en esta cultura.

El logo fue dibujado por Lucas Saavedra, el mismo ilustrador que el *banner*, para que fuera más original que si hubiera sido diseñado en algún programa. Sobre todo, para poder hacer unas letras características de graffiti, buscando esa estética hiphop que expresara mejor la esencia del medio.

El nombre de la sección corporativa es **¿Quiénes somos?**. Aquí se explica quiénes somos, la misión y el objetivo que tiene el cibermedio. En esta sección la gente puede saber el tema central del medio y la forma en que queremos tratar la información.

**Check it** es la sección de críticas y listas de reproducción en Youtube recomendando música, para generar tráfico en estas plataformas. También, publicamos algún *top* del mes o de la semana y recogemos lanzamientos interesantes que ya hayan sido publicados o avisando de cuando saldrán. *Check it* es una expresión típica del argot del hiphop, su significado es escucha esto.

**What's going on?** es la sección de la información de actualidad. ¿*What's going on?* es una expresión utilizada en la jerga rap norteamericana. En esta sección publicamos las noticias de actualidad, para informar sobre qué está pasando en la escena rap.

**Knowledge** es el nombre para la sección sobre temas de mayor profundidad. *Knowledge* en la jerga hiphop hace referencia al conocimiento sobre esta cultura. Aquí se tratan contenidos con mayor profundidad y trasfondo para el lector. Es la sección destinada a reportajes o artículos sobre temas que vayan un poco más allá de la música o con un contenido más especializado todavía.

**Feat** es la sección de entrevistas con diversos artistas del género rap, ya sean raperos, productores o *beatmakers*. El nombre viene de la jerga musical, ya que cuando dos artistas colaboran suelen ponerlo con esta palabra o con las siglas ft.

**Funk Flex** es la sección para podcasts. El nombre se debe a un programa de radio norteamericano de hiphop del medio *Hot 97* y en concreto a su presentador, *Funk Flex*. Este destacó en el mundo del hiphop en la época de los noventa. Es una figura muy famosa e, incluso, histórica en el hiphop de Estados Unidos.

Por último, **Shooting** es la sección donde aparecerán las diferentes galerías fotográficas. Es el archivo donde se irán guardando las diferentes fotografías que se vayan realizando, ya sean de conciertos, sesiones con artistas o diferentes actos.

La **plataforma utilizada** ha sido Wordpress. Hubo dudas entre Wordpress o Wix, pero Wordpress fue la elección porque la habíamos manejado anteriormente. Al principio fue complicado el manejo por la limitación de conocimiento de la plataforma, pero se ha ido mejorando y dominando, al menos, los aspectos básicos. El diseño de la página web es mejorable, pero al final ha quedado un producto bastante decente.



Las **redes sociales elegidas** para el cibermedio son Instagram y Twitter, porque son las redes más utilizadas por el público objetivo de *RAP 'A' LOT*. Instagram es una herramienta esencial para cualquier medio que quiera que sus contenidos lleguen a un público relativamente joven como el que busca este medio.

Instagram permite tener un gran punto de comunicación con tu comunidad de seguidores, ya que por esta plataforma puedes avisar cada vez que publicas un contenido y generar posicionamiento para captar público. Según la empresa de comercio electrónico Shopify, un estudio de Forbes en 2020 afirmó que un 78% de personas toman decisiones de compra influenciados por las redes sociales de alguna marca. Lo que demuestra la importancia de las redes para llegar al público, independientemente del producto ofertado por tu empresa (Ruiz González, 2020).

Twitter también es una red muy utilizada, tanto por público joven como adulto. Uno de los aspectos positivos de Twitter es que con un retuit o un me gusta a tu publicación puedes llegar a mucha gente, ya que aparecerás en el *timeline* de todos los seguidores de esa persona que haya retuiteado o dado me gusta al tuit.

Twitter permite llegar a mucha gente fácilmente, pero cuesta mucho generar una comunidad de seguidores y un buen posicionamiento. La cantidad de publicaciones en esta red puede conllevar que la tuya acabe sepultada y desaparezca del *timeline* de los usuarios. Además, esta plataforma está orientada a la viralidad y, por esto, a los contenidos que anuncian algo les cuesta bastante posicionarse.

Los **gastos** del medio han sido dieciocho euros para comprar el dominio en Wordpress de rapalot.net y la gasolina gastada en los desplazamientos para realizar algunos de los contenidos. Los ingresos son inexistentes hasta el momento, pero para el futuro se buscaría ingresar dinero a través de la publicidad de marcas que tengan relación con la cultura hiphop y el público objetivo del medio.

Otra vía de ingresos podría ser aumentar el número de suscriptores y visualizaciones en plataformas como Youtube para poder monetizar. O realizar algún producto especial para comercializarlo, como algún libro sobre la escena o algún CD con inéditos o canciones ilustres. También, se podría realizar merchandising del medio, pero para realizar estas cosas el proyecto debe crecer mucho más a nivel de público y como marca.

### 3. Contenidos de la publicación

La **entrevista en profundidad** fue la primera pieza realizada de las tres centrales. El protagonista elegido fue Yeke Boy, principalmente por el estreno de su disco junto a N.Bajozero. Aunque la elección también se debe a que Yeke Boy es uno de los productores más reconocidos y respetados de València, incluso a nivel nacional; ya que trabaja con artistas importantes de la escena tanto nacional como valenciana.

La entrevista fue por el disco que estaba preparando y estaba a punto de publicar, pero también se extrajo información de otros aspectos. Por lo que salieron dos partes, una centrada en el nuevo disco y otra en su figura, gustos, proyectos y trayectoria. La entrevista sobre el disco ha sido la más vista de *RAP 'A' LOT*.

Aunque al final ha habido **varias entrevistas**, ya que se ha apreciado que es un buen formato y una buena manera de extender y dar algo más a conocer a *RAP 'A' LOT*. Los entrevistados, además de Yeke Boy, han sido CHN, Diemc, Clonex, Machete en Boca, Kiamya, Johnny DOC y Hummer Lema. Cabe decir que intenté otras entrevistas de artistas valencianos y no obtuve respuesta, ya que eran artistas más famosos a nivel nacional.

Todos los entrevistados son artistas que cumplen con la línea editorial de *RAP 'A' LOT*. Hay perfiles de diversos tipos, artistas más experimentados con una larga carrera en la escena rap y otros emergentes que no llevan tanto tiempo en ella. El nexo común es que no son demasiado famosos y tienen cierta calidad musical.

CHN fue la primera entrevista que publicamos y fue en formato escrito, ya que no aceptó hacerla ni por videollamada ni por teléfono. Sin embargo, sí aceptó hacerla escrita, pasándole las preguntas que él más tarde me envió respondidas. Su justificación fue que no se siente cómodo respondiendo al momento y prefiere pensar y elaborar mejor las respuestas.

Insistí en hacerla por videollamada o llamada, ya que él es de A Coruña, pero no fue posible. Acepté esta manera de hacer la entrevista aún sabiendo que perdería riqueza informativa, pero quería que este artista apareciera en el medio; ya que para mí y muchas personas con autoridad en la escena es una de las promesas del rap español. Y, además, estaba preparando un nuevo disco.

Las entrevistas a Diemc y Clonex fueron en formato audiovisual y el plató fue estudio de grabación del mismo Clonex. Diemc es un rapero que lleva bastantes años en la escena, siendo todavía muy joven. Clonex es un productor y *beatmaker* que trabaja tanto con gente reconocida como con gente que está empezando.

Eran buenas opciones para empezar las entrevistas, Diemc empezó muy joven a hacer música y tuvo cierta repercusión en Valencia. Todavía sigue en la escena y ya son once años haciendo música, así que se le podía extraer mucha información interesante. Además, estaba cerca de publicar su nuevo disco.

Clonex es interesante porque es un productor y *beatmaker* que ha trabajado con artistas reconocidos y novatos. Queríamos ofrecer su visión como productor, ya que muchas veces los medios únicamente se centran en los 'raperos' y dejan de lado esta parte tan importante dentro del rap. Además, en Valencia es reconocido por la gente de la escena porque está inmerso en muchos proyectos.

El siguiente entrevistado fue Hummer Lema, uno de los artistas castellonenses más reconocidos en la ciudad y con una larga trayectoria. Esta entrevista también tiene dos partes, una centrada en el colectivo al que pertenece, para el reportaje audiovisual de CRAPS, y otra parte más centrada en su figura como artista, en su música, en sus gustos y en su trayectoria.

La siguiente entrevistada fue Kiamya que para mí y muchos otros implicados en la escena hip-hop es una de las artistas con más talento, y no solo a nivel valenciano, sino también nacional. No tiene grandes cifras en Youtube y todavía no ha sacado ningún disco, únicamente ha publicado *singles*. Pero tiene mucho prestigio en la escena rap nacional por su inmenso talento.

Esta entrevista vino motivada tras publicar su último sencillo *Labyrinth*, para hacerle algunas preguntas sobre esta canción y sobre su carrera musical. También, habló sobre sus gustos y sobre los proyectos que estaba preparando para el futuro. Fue la primera mujer entrevistada del medio y dio la exclusiva de que estaba preparando su primer disco.

Tras ella viene la entrevista a Machete en Boca, un dúo de raperas que han conseguido cierto reconocimiento en la escena nacional. Hacían concierto en Valencia, una semana antes habían actuado en Madrid con las dificultades que estaban teniendo los artistas para hacer directos, lo que demuestra el prestigio de este dúo.

Pedí el pase de prensa para el concierto en Valencia y, también, una entrevista, ya que acababan de estrenar su último disco. La entrevista fue el mismo día del concierto y antes de su actuación. Esto fue un gran inconveniente porque tuve el tiempo muy limitado, pero quedó una entrevista completa sobre su nuevo disco.

Tras Machete en Boca, el siguiente fue Johnny DOC. Él iba a estrenar *mixtape* y por esto la entrevista. Johnny DOC es un rapero con mucha trayectoria en València. Aunque ahora está viviendo en Manchester y por esto la entrevista fue por Skype, lo cual restó calidad respecto al formato presencial; pero ahora es un formato muy frecuente por las secuelas del covid.

Johnny DOC no tiene grandes números en Youtube ni Spotify, pero tiene prestigio y respeto en la escena valenciana e incluso en la nacional. Es un artista que lleva ya casi quince años haciendo música y lo conoce bastante gente del mundo hiphop. El motivo principal fue el estreno de su nuevo álbum, pero también habló sobre su extensa trayectoria y sobre su futuro.

El **reportaje audiovisual** trata sobre CRAPS, qué es y cómo empezó este colectivo de artistas de hiphop de Castellón. Para este, las fuentes elegidas fueron dos muy autorizadas para hablar del tema. Una fue Danilo, el principal culpable de que se creará este colectivo. La otra fue Hummer Lema, uno de los raperos integrantes de este colectivo desde los inicios. Ambas fuentes cuentan muy bien lo que es este colectivo para el hiphop de Castellón y como fueron sus orígenes.

Para el **reportaje radiofónico**, el tema escogido es un grupo/colectivo de Valencia bastante joven. Ellos son BP Music y la elección se debe a que llevan poco tiempo juntos, pero están publicando contenido de mucha calidad. La intención era contar quiénes son, cómo surgieron, qué objetivos tienen, cómo trabajan y qué están aportando a la escena valenciana.

Respecto a las **noticias** realizadas, todas han estado sujetas a la actualidad de la escena rap. La intención desde el principio fue distinguirse de los temas de la competencia siempre que fuera posible respecto a criterios de noticiabilidad. Una de las grandes dificultades fue competir con el resto de medios para publicar las noticias antes que ellos, excepto en alguna ocasión que sí logré hacerlo. Igual que algunas veces también traté el mismo tema, pero siempre con un enfoque diferente y original para buscar la diferencia.

Los temas escogidos se le habían olvidado a la competencia, pero con gran valor informativo. Los temas elegidos diferenciaron *RAP 'A' LOT* de la competencia y demostraron que realmente el foco está puesto en el *underground*; exceptuando algún asunto que era muy obvio que había que tratar, como algún lanzamiento de artistas consagrados en la escena rap nacional.

Por ejemplo, la noticia publicada sobre el documental *Harlems* demuestra esto. *RAP 'A' LOT* fue el primer medio especializado en hiphop/rap que publicó que sería la última entrega de este. El documental es bastante icónico para la escena rap española, ya que entrevistó y descubrió a muchos artistas que más tarde han terminado siendo bastante reconocidos. Esta información fue complementada con declaraciones de su autor, Pardoh, a través de Instagram.

Para cada una de las noticias realizadas se consultaron fuentes, ya fueran documentales o personales. Para cada información se intentaba contactar con el artista o artistas implicados para recoger alguna declaración que pudiera aportar algo más a la noticia. Ya que si no la información queda pobre y no aporta nada respecto a la publicación que ha podido hacer el mismo artista en sus redes sociales.

Si no hay respuesta, se utilizan fuentes documentales como sus redes sociales u otras páginas webs donde poder encontrar la información añadida para completar la noticia. En estos casos el trabajo era de búsqueda de información, sobre todo, por Internet, porque muchas veces esa información está en blogs especializados.

Al principio se siguió una estrategia de publicaciones más ligada a la actualidad. Después, se continuó con las entrevistas para poder llamar la atención de los seguidores de los artistas entrevistados y llegar a más gente. De cara al último mes del proyecto, se han buscado unos contenidos más dinámicos, como las *STOCK BARS*. Aunque se ha continuado con las entrevistas para seguir dando a conocer a nuestros lectores buenos artistas algo olvidados.

En el inicio del proyecto las publicaciones fueron más diarias, para demostrar que este era un proyecto serio y conseguir una pequeña comunidad en redes sociales; además de favorecer el contacto con las fuentes. Conforme ha ido avanzando el proyecto y se formó la comunidad, rebajamos la periodicidad de publicaciones para compartir contenidos más elaborados como las entrevistas o los reportajes. Ya que compartir este tipo de contenidos al principio hubiera tenido menos impacto.

#### 4. Valoración final

Los objetivos iniciales del proyecto de *RAP 'A' LOT* se han cumplido bastante bien. Incluso, en algunos aspectos se han superado las expectativas. Por ejemplo, en el número de seguidores en redes sociales y de lectores diarios. También se ha conseguido cubrir a artistas de calidad con el perfil que prometía nuestra misión.

Se ha conseguido crear una comunidad de casi trescientas personas en Instagram. En esta red sí que ha habido más interacción con el público, los seguidores han comentado en las publicaciones. Ha sido la red social del medio que mejor ha funcionado y donde más público hemos conseguido.

En Twitter no ha habido tanto éxito y ha costado mucho más conseguir seguidores, sin embargo, mucha gente accedía a los contenidos desde esta red social. Pero no se ha terminado de enganchar a los usuarios para que siguieran la cuenta del medio. Se intentó generar algo de comunicación entre el medio y los usuarios, pero no se logró apenas respuesta por parte del público.

En esta plataforma la cosa ha funcionado mucho peor que en Instagram y es uno de los puntos débiles del proyecto que debe mejorar de cara al futuro. Hay que adaptarse mucho más a la naturaleza de esta red social y conseguir así un mayor impacto en ella. Ya que Twitter ofrece una gran oportunidad de llegar a muchas personas. Lo que mejor ha funcionado han sido los hilos informando de lanzamientos cercanos y el de la selección de canciones de marzo.

Cuando un medio está empezando y no tiene muchos seguidores es muy complicado conseguir que la gente comente publicaciones, vote en las encuestas y demás contenidos para generar interacción. Esto ha costado bastante, pero de cara al último mes y medio ha mejorado. Puede que haya faltado generar algo más de debate en esta red social.

Sin embargo, en el canal de Youtube sí que ha habido algo más de actividad en este sentido. En esta plataforma han sido bastantes los espectadores que han dejado su comentario en las diferentes entrevistas compartidas. Aquí sí se ha conseguido que la gente interactúe con *RAP 'A' LOT*.

Otro de los puntos débiles del proyecto es el diseño web. Este es un aspecto muy importante en la actualidad, pero la limitación de conocimiento en Wordpress ha lastrado mucho el diseño. Aun así, al final se ha conseguido un producto bastante decente, aunque es uno de los aspectos en los que *RAP 'A' LOT* debe mejorar mucho para seguir creciendo.

Otro aspecto débil y en la línea del anterior, han sido los diseños para las publicaciones, sobre todo para Instagram. Podrían haber sido mucho más profesionales, pero la falta de conocimiento en las herramientas utilizadas para crearlos ha lastrado el producto final. Aunque este ha sido un aspecto en el que *RAP 'A' LOT* ha mejorado bastante desde que empezó.

Pero el proyecto también tiene sus puntos fuertes. Los contenidos generados han sido bastante originales respecto a la competencia. Ya que desde el principio el objetivo era diferenciarse de ella y creo se ha conseguido, dentro de que son medios con la misma temática. Se han cubierto informaciones y artistas que han cumplido con la misión de extraer la calidad escondida de la escena.

Las entrevistas también han sido un punto fuerte del medio, ya que es un formato que permite conocer a nuevos artistas. También, los artistas entrevistados han sido en consonancia a la línea editorial del medio. Se quería poner el foco, sobre todo, en el *underground* y sacar de este a gente con calidad y se ha cumplido este objetivo. Además, las entrevistas han estado sujetas a la actualidad, ya que los entrevistados habían sacado trabajo o iban a hacerlo.

La dificultad de las entrevistas ha sido la negación o pasotismo de algunas fuentes. Muchos artistas no contestaron a la propuesta y otros tardaron bastante en acceder, por esto ha habido que jugar con los tiempos. Esto ha permitido ganar experiencia respecto a conseguir fuentes y el trato con ellas.

También, la experiencia de cubrir conciertos en directo ha sido muy enriquecedora, ya que todo transcurre muy rápido y es complicado capturar imágenes porque el protagonista está siempre en movimiento. Además, está el hecho de no molestar al público asistente y el tema de la iluminación si es en una sala de conciertos.

El contacto con las entidades encargadas de organizar los conciertos también ha sido un aprendizaje. Contactar con Vibra Mahou, por ejemplo, para conseguir un pase de prensa fue algo complicado, ya que no respondieron a la petición hasta la misma mañana del concierto. Y hubo que insistir para que ofrecieran una respuesta.

Respecto a la continuidad del proyecto, está pensada una pequeña reconfiguración y orientarlo hacia un programa semanal o dos días a la semana. Escapar de noticias escritas que poca gente lee y ofrecer contenidos más audiovisuales aprovechando las posibilidades de Youtube o Twitch. Para esto es necesario incluir a más personas en el proyecto y así poder mejorar aún más la calidad de los contenidos.

Los contenidos como la selección de marzo o sobre lanzamientos cercanos se mantendrán, ya que han funcionado bastante bien. Pero hacer un programa tratando la actualidad, entrevistando a artistas y creando algunas secciones interesantes puede hacer crecer mucho el proyecto. Los contenidos resultantes se podrían difundir por diversas plataformas, como Twitter, Instagram o Youtube. La idea es realizar un proyecto transmedia.



Twitch es una plataforma muy interesante para la comunicación y para realizar un programa. Por esto, es una opción tenida muy en cuenta, pero sería indispensable crear un equipo de varias personas, porque una única persona se queda algo corto para hacer un proyecto realmente interesante. Otra opción barajada para continuar el proyecto es grabar el programa y subirlo a Youtube.

*RAP 'A' LOT* tiene posibilidades tras haber conseguido contacto con varias personas relacionadas directamente con la escena hiphop. Incluso, se puede ampliar la temática del medio y cubrir otros temas relacionados con este mundo, como la moda. En Valencia, sobre todo, se está fortaleciendo mucho la escena musical relacionada con el hiphop y esto puede favorecer al crecimiento del proyecto; para más tarde poder dar el salto a nivel nacional.

Además de esto, sería muy interesante hacer crecer las *STOCK BARS*, la serie de vídeos donde artistas nos envían o vamos a grabarles 'rapeando' un a capela. Esto es muy dinámico para las redes y permite al público descubrir nuevos artistas. Si se consigue un cierto prestigio, puede llegar a ser un punto de referencia para los artistas que quieran darse a conocer dentro del panorama musical. Es un formato que funciona bastante bien tanto en redes sociales como en Youtube.

En conclusión, *RAP 'A' LOT* ha funcionado bastante bien y ha cumplido mis expectativas de informar con buen criterio y seriedad sobre la escena rap valenciana y nacional. Se ha demostrado que hay mucho talento que no aparece en los medios y *RAP 'A' LOT* le ha dado voz y cobertura. Mejorando en los aspectos de diseño y trabajando con más tiempo y profundidad los contenidos puede quedar un proyecto muy interesante.

Realizar el programa semanal puede darle un plus a *RAP 'A' LOT* para terminar de posicionarse en el panorama de medios de la temática rap. He podido comprobar que el público huye de los contenidos escritos y el formato que mejor funciona es el audiovisual. Creo que informar desde dentro del género y conociéndolo ha sido, y puede ser todavía más, un factor clave para el crecimiento del proyecto.

# Bibliografía

1. El V Elemento. Recuperado el 18 de mayo de 2021 de:  
<https://www.elvelemento.net/>
2. Fleek Mag. Recuperado el 18 de mayo de 2021 de: <https://fleek.25gramos.com/>
3. Ruiz González, I. (2020, 16 noviembre). ¿Cómo impulsar las ventas de tu ecommerce con la ayuda de Instagram? Shopify. Recuperado el 25 de mayo de 2021 de:  
<https://www.shopify.es/blog/como-impulsar-tus-ventas-a-traves-de-instagram-1>
4. Street Rap Sounds. Recuperado el 18 de mayo de 2021 de:  
<https://streetrapsounds.com/>
5. The Medizine. Recuperado el 18 de mayo de 2021 de: <https://themedizine.com/>

# ABSTRACT

*RAP 'A' LOT* is a specialized digital media outlet about rap music. But, it has information about other types of music related to hip hop culture too. Now, the borders between different musical genres are very confusing and it is difficult to clearly distinguish them. The essence of the project is rap music, but it has information about trap or R&B music as well.

The name of the media outlet is *RAP 'A' LOT* because of the American label Rap-a-lot Records founded in 1987. It is a very important label for American underground rap scene. The name is a reference to this label for its history and importance in hip hop culture. It is also interesting that the name has the word rap on it, because it is easier for potential readers to know the theme of this media outlet.

The corporate colors are cream and red. The logo has been exclusively drawn for *RAP 'A' LOT*, with graffiti letters in it. This is also the case with the banner for YouTube and website. It was drawn in exclusive for *RAP 'A' LOT* by a person very close to hip hop graphic art, graffiti. In addition, it has some references to important national and international rappers, as well as to classic clothing brands in this culture. This is very important for the image of media, because I want a rapper aesthetic for the logo and the web design.

The principal objective of this project is to achieve prestige in the Valencian rap scene and to provide good information. I would like to have a serious image and to be a referent media outlet about hip hop music. *RAP 'A' LOT* pretends to inform about rap in the Valencian community, but the rest of the national territory as well, as long as the artists' characteristics fit within the editorial line of the media. If the artist makes really good music, this is the important thing for *RAP 'A' LOT*.

The aim is to take advantage of this market niche and to be able to turn the media outlet into a referent for this subject, since there is a lack of media outlets of this type in Spanish, yet it is a growing movement. In recent years some media outlets with these characteristics have appeared, but in the Valencian region there is a notable absence of them, even more considering the quantity and quality of hip hop produced in this territory.

The target audience is mainly people interested in hip hop and rap music, but more specifically a young audience, between 16 and 30 years old, as they are usually the ones who listen to this type of music the most. Without excluding people interested in rap music even if they are older, adults are following this type of music too.

There is some media competition in this area, but not much media coverage. The main media outlets in Spain on rap or hip hop culture are *El V Elemento*, *The Medizine*, *Fleek Mag* and *Street Rap Sounds*. However, the only media outlets that really treat the information in a similar way than *RAP 'A' LOT* are *El V Elemento* and *Street Rap Sounds*.

*¿Quiénes somos?* is the name of the corporate section. There, we explain who we are, the mission and the objective of the cyber media. In this section people can find out the central theme of the medium and the way we want to treat the information.

*Check it* is the section of reviews and playlists or playlists on YouTube recommending music in order, to generate traffic on these platforms. We also publish a top of the month or of the week and we collect interesting releases that have already been published or we let you know when they will be released. Check it is a typical hip hop slang expression that means, listen to this song or this artist.

*What's going on?* is the section with the latest news. *What's going on?* is an expression used in American rap slang. In this section we publish the latest, most immediate news, so that our readers can find out what's going on in the rap scene.

*Knowledge* is the name of the section of information on more in-depth topics. *Knowledge* in hip hop parlance refers to knowledge about the culture. This is the section for more in-depth content and background for the reader. It is the section for reports or articles on topics that go a little further than music or with even more specialised content.

*Feat* is the section of interviews with various artists of the rap genre, whether rappers, producers or beatmakers. The name comes from the musical jargon, as when two artists collaborate they usually use this term or the acronym ft.

*Funk Flex* is the podcast section. The name comes from an American hip hop radio show, Hot 97, and is the nickname of the host, Funk Flex. The host made his name in the hip hop world in the 1990s. But he is still active today, even as a producer helping artists to make music. He is a very famous and even historical figure in US hip hop.

Finally, *Shooting* is the section where the different photo galleries will appear. It is the archive where the different photographs that are taken will be stored, whether they are from concerts, sessions with artists or different events.

The platform used to create the website was Wordpress. The social networks chosen for the medium are Instagram and Twitter, because they are the social networks most used by *RAP 'A' LOT*'s target audience. Instagram is an essential tool for any media outlet that wants its content to reach a young audience.

Twitter is also a widely used network, but not only by young people. It is now more common to find adults on this platform. One of the positive aspects of Twitter is that by retweeting or liking your post you can reach a lot of people, as you will appear on the timeline of all the followers of the person who retweeted or liked your tweet.

The pieces produced have been news items, interviews, reports and opinion articles. Eight interviews were conducted with different artists, all of them from the Valencian region except one from Galicia. We have chosen to do several interviews because it is a good format to reach a wider audience and get to know new artists.

The subject of the audiovisual report has been CRAPS, the collective that brings together many of the hip hop artists of the Castellon province. Two authoritative sources were used: Danilo, one of the founders of the collective, and Hummer Lema, an artist who has been part of the collective since its beginnings.

For the radio report the subject was a young collective from Valencia called BP Music. The sources used for the report were its main members, the manager, Sergio, and the singers Maria Colt, Garfio R and Noah.

For the topics of the news items, originality and differentiation from the competition were sought. We have managed to report on other things and on important and interesting topics from the hip hop scene. The sources involved in each news item have been contacted, except in some cases where it was impossible to contact them and secondary sources such as specialised blogs were used.

All sources used for information were authoritative, as they were the artists in the vast majority of cases. All the interviews were linked to current affairs, because they had just published some work or were close to doing so. The same applies to the news published on the web. The most timeless and distant pieces from current affairs were the two reports.

The weak points of the project have been the designs and the interaction on social networks, especially on Twitter. The web design could be improved, as could some of the designs announcing interviews and other content. Interaction on Twitter has been moderate. On Instagram it has been a little better, as interaction with followers has been achieved. There was also a lack of debate to get the public involved.

The strong points of the project have been the contents, as there have been quite a few interviews with interesting artists from the rap scene. Also, the song selections and announcements about future releases have worked well. The *STOCK BARS* series was also well received and if more artists participate it could be an important aspect.

The reception of the medium on Instagram has been better than expected, as we have managed to create quite an interesting community of people interested in the subject. We have also managed to cover most of the concerts that have been held during this time in Valencia, although they have been few.

The most notable difficulties have been the contact with the artists and getting their statements or interviews. As well as some more technical aspects such as filming with a single camera. But we have managed to publish contents with a good informative quality and that have fulfilled *RAP 'A' LOT*'s mission of covering more underground artists but with interesting projects.

# ANEXOS

Logotipo de RAP 'A' LOT:



Logotipo alternativo con el nombre debajo:



*Banner* utilizado para la web, fondo de Twitter y de Youtube:

